

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND 2019/2020 DER DIGITALE STATUS QUO IM DEUTSCHEN HANDWERK



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Immer mehr Handwerksbetriebe machen sich die Digitalisierung zunutze, um Prozesse effektiver zu gestalten und produktiver zu arbeiten. Ob Online-Konfigurator, Online-Terminvereinbarung, 3D-Druck oder Apps für das Bestell- und Auftragswesen – die Digitalisierung schreitet in vielen Gewerken voran. Hinzu kommen Technologien der Robotik und Künstlichen Intelligenz (KI), die auch für Handwerksbetriebe viel Potenzial und nützliche Einsatzszenarien bieten.

Im Vergleich zu 2018 haben weitere Handwerksbetriebe die Vorteile der digitalen Transformation erkannt und entsprechende Maßnahmen auf den Weg gebracht. So hat sich der Digitalisierungsindex des Handwerks insgesamt um einen Punkt verbessert und liegt bei 57 von 100 erreichbaren Punkten. Zu diesem Ergebnis kommt die neu aufgelegte Benchmarkstudie „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“, die techconsult zum vierten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt hat. Den Spitzenwert von 100 Punkten könnte ein Unternehmen erreichen, wenn es sämtlichen digitalen Handlungsfeldern die höchste Relevanz zuordnete und dabei maximal zufrieden mit der eigenen Umsetzung wäre.

Die durchgeführten Digitalisierungsmaßnahmen wirken sich positiv auf Unternehmenskennzahlen und -bereiche aus – vor allem auf die Effizienz der Prozesse, die Kundenzufriedenheit und die Neukundengewinnung. Noch gilt es allerdings, bei der Umsetzung der digitalen Transformation verschiedenste Herausforderungen zu meistern. Ein wichtiger Aspekt dabei: der Aufbau von Digitalkompetenz. Die Unternehmen benötigen Mitarbeiter, die mit digitalen Technologien umgehen können und dem Wandel positiv gegenüberstehen. Nur so lässt sich das ganze Potenzial der Digitalisierung erfolgreich ausschöpfen.

INHALT

- Status quo der Digitalisierung
- Handlungsfelder
- Künstliche Intelligenz und Robotik
- Digitalisierung zahlt sich aus
- Herausforderungen und digitale Kompetenz
- Fazit und Ausblick

DIGITALISIERUNGS INDEX



STATUS QUO DER DIGITALISIERUNG

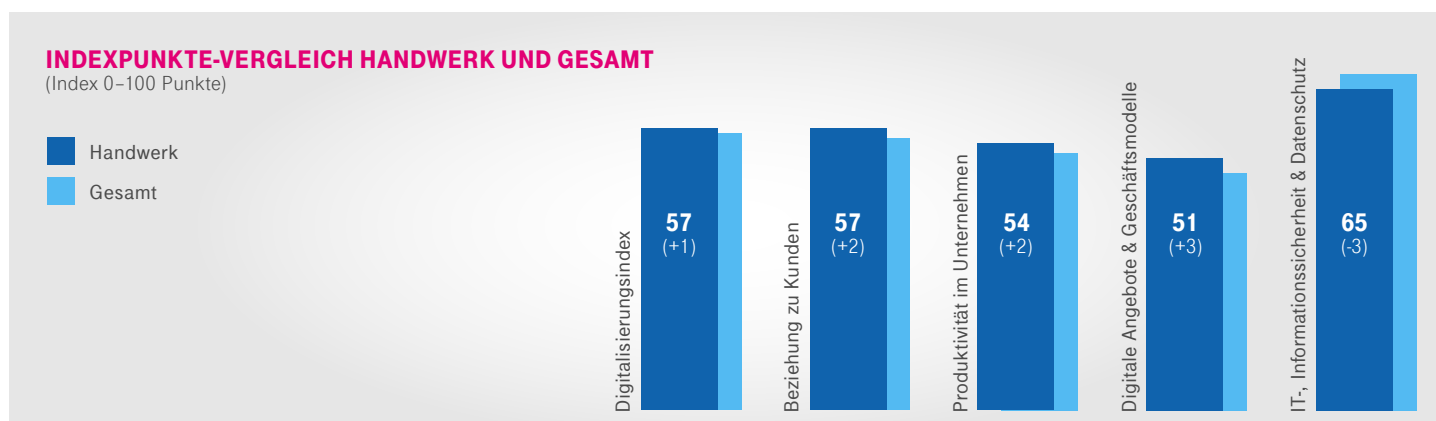
Handwerksbetriebe agieren als wichtige Innovationstreiber.

Sei es, weil sie Produkte individuell fertigen oder ihre Services auf die Bedürfnisse des Auftraggebers ausrichten. Im Gegensatz zu größeren Unternehmen können sie schneller auf Kundenwünsche eingehen und Innovationen vorantreiben. Die Digitalisierung hebt die Kundenbeziehungen, die Produktivität und Produktentwicklungen sowie Geschäftsmodelle auf ein neues Niveau. Und hilft somit, die Zukunftsfähigkeit der Handwerksbetriebe zu sichern.

43 Prozent der Betriebe haben Digitalisierungsmaßnahmen aktiv in ihre Strategie implementiert. Weitere 38 Prozent kurbeln die Umsetzung einzelner digitaler Projekte gerade an. Der Digitalisierungsindex legte im Handwerk gegenüber dem Vorjahr um einen Punkt zu und erreicht einen Durchschnittswert von 57 Punkten – damit liegt es einen Punkt über dem Branchendurchschnitt. Von daher können Handwerker durchaus als einer der Vorreiter in Sachen Digitalisierung gelten.



HANDLUNGSFELDER



Wie schon in den Vorjahren analysiert der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/20“ die Transformationsfortschritte der Unternehmen auf vier Handlungsfeldern:

- Beziehung zu Kunden
- Produktivität im Unternehmen
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

IT-Sicherheit und Datenschutz dominieren die Agenda im Handwerk. Um Cyberattacken zu vermeiden, bemühen sich die Unternehmen zunehmend um eine sichere IT-Landschaft. Dies schlägt sich im Indikator für IT-Sicherheit nieder, der mit 65 Punkten (zwei Punkte mehr als im Vorjahr) deutlich über den anderen Indikatoren liegt.

Überdies stellt die Nähe zu den Kunden ein wichtiges Qualitätsmerkmal für das Handwerk dar. Dies betrifft sowohl die lokale Nähe als auch die Praxisnähe der angebotenen Lösungen. Als Wachstumstreiber erweisen sich zudem die Kundenbeziehungen, die im Gesamthandwerk im Vergleich zum Vorjahr einen Punkt zulegen konnten. Die Indikatoren „Produktivität“ und „Digitale Geschäftsmodelle“ bleiben auf dem Vorjahresniveau. Dies bedeutet jedoch keinesfalls Stillstand. Denn allein um das Niveau zu halten, müssen digitale Vorhaben vorangebracht werden.

DIE STRUKTUR DES HANDWERKS

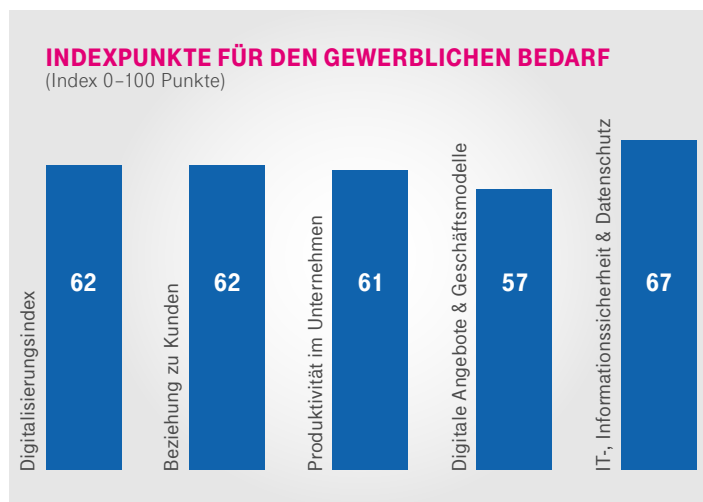
Zum Handwerk zählen in Deutschland etwa 554.000 Unternehmen. Sie stammen aus verschiedenen Branchen wie dem Bau-, Lebensmittel-, Gesundheits- oder Dienstleistungsgewerbe. Nicht zu unterschätzen ist auch der Anteil industrienaher Firmen. Alle zusammen erwirtschafteten laut Statistischem Bundesamt (Destatis) im Jahr 2017 etwa 574 Milliarden Euro Umsatz. Das Handwerk gilt als Rückgrat des Mittelstandes und als wichtiger Wachstumsmotor in Deutschland. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU) prägen das Bild einer der vielseitigsten und kreativsten Branchen Deutschlands. Das Handwerk setzt auf spezialisierte und innovative Produkte, was moderne Technologien und Lösungen erfordert. Nicht selten geben leistungsfähige und regionale Handwerksbetriebe den Ausschlag für die Standortentscheidung von Industrieunternehmen.

Die Studie betrachtet drei Subbranchen innerhalb des Handwerks näher: Zum einen das Handwerk für den gewerblichen bzw. industriellen Bedarf, wozu Feinwerkmechaniker oder Metall- und Elektromaschinenbauer zählen. Zum anderen das Handwerk für den Privatbereich, das Dienstleister wie Friseur, Schneider, Textilreiniger oder Steinbildhauer umfasst. Tischler, Maler und Lackierer, Dachdecker, Fliesenleger, Installateure oder Elektrotechniker schließlich gehören zum so genannten Bauhandwerk.

HANDWERK FÜR DEN GEWERBLICHEN BEDARF

Das Handwerk für den gewerblichen Bedarf arbeitet industrienahe und erzielt einen Digitalisierungsindex von 62 Punkten. Damit liegt es fünf Punkte über dem Durchschnittswert des Gesamthandwerks. Getrieben wird der Index neben der IT-Informationssicherheit sehr stark durch Kundenbeziehungen (62 Indexpunkte) und Produktivität (61 Indexpunkte). Dies zeigt: Das Handwerk für den gewerblichen Bedarf zählt mit zu den digitalen Vorreitern.

In Sachen Kundenbeziehungen hat die Branche die klassische Webseite und die Erfassung von Kundendaten bereits gut umgesetzt. In Zahlen ausgedrückt: Eine Firmenwebsite mit Angaben zum Unternehmen und Produkt-/Leistungsangebot hat über die Hälfte der Befragten gut bis sehr gut umgesetzt. Weitere 34 Prozent arbeiten aktuell an der Umsetzung. Ebenfalls verbreitet sind Firmenauftritte in sozialen Medien (39 Prozent) sowie deren Nutzung für Kommunikation und Werbung (41 Prozent).



Mobile Apps machen produktiver

Im nächsten Schritt wollen die Betriebe produktiver arbeiten: Dafür bauen sie digitale Geschäftsprozesse aus und wandeln insbesondere manuelle oder von Papier bzw. Medienbrüchen geprägte Abläufe in elektronische Prozesse um. In der Praxis haben bereits 38 Prozent der Handwerker ihre Geschäftsprozesse digitalisiert. Weitere 45 Prozent arbeiten an der Umsetzung. Den Auf- bzw. Ausbau von mobilen Geschäftsprozessen haben 45 Prozent erfolgreich vorangetrieben. Und: 54 Prozent profitieren vom mobilen Zugriff auf Kommunikationsanwendungen wie E-Mail, Kalender- und Konferenzlösungen.

Apropos Mobilität: Apps für mobile Endgeräte machen das Handwerk für den gewerblichen Bedarf produktiver. Dafür setzen 25 Prozent der Befragten auf Maschinensteuerungs-Apps. Weitere 22 Prozent befassen sich damit. Eine App zur Datenerfassung im Lager nutzen 33 Prozent; 29 Prozent planen dies für die Zukunft. Und bei 30 Prozent der Befragten gibt es eine App für das Bestell- und Auftragswesen.

Darüber hinaus erkennen immer mehr Handwerker für den gewerblichen Bedarf, dass voll automatisierte Prozessabläufe von der Bestellanfrage bis zu dem Zeitpunkt, an dem das Produkt ausgeliefert wird, deutlich produktiver machen können. Dafür haben 47 Prozent der Betriebe eine durchgängig automatisierte Prozesskette umgesetzt – von der Beauftragung über den Auftragseingang bis zur abschließenden Auslieferung. Weitere 35 Prozent arbeiten derzeit daran.

3D-Druck spart Zeit und Geld

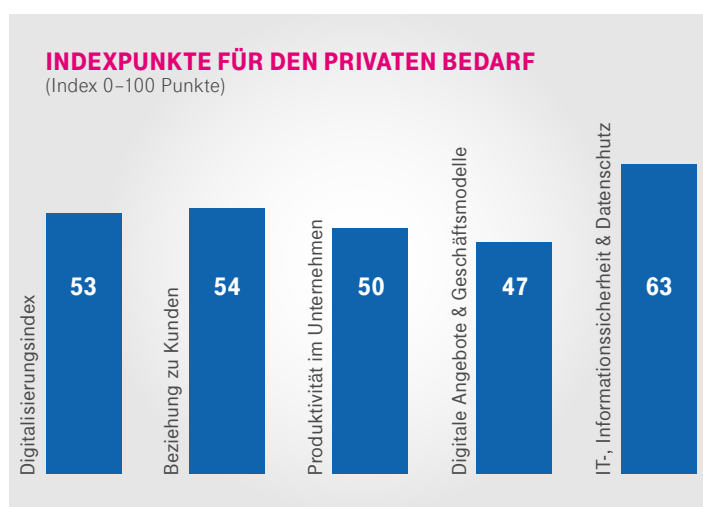
Auch 3D-Druckverfahren bieten innerhalb der Prozesskette neue Möglichkeiten: sei es bei Sonderanfertigungen, beim Herstellen von Gussformen, im Prototypenbau oder bei der Erstellung individueller Fertigungswerkzeuge. Mit 3D-Druck lassen sich vor Ort und äußerst kostengünstig Modelle herstellen. Das spart Zeit und Geld, allerdings setzen derzeit erst 25 Prozent der Unternehmen 3D-Druck ein.

Generell gilt: Durch die digitale Transformation steigern die Betriebe ihre Produktivität und Effizienz entlang der Wertschöpfungskette. Die Vernetzung der an der Produktion beteiligten Gewerke und Zulieferer erlauben es, erforderliche Informationen schnell auszutauschen, Ausfallzeiten zu verringern und Problemen durch frühzeitige Erkennung gegenzusteuern. Dafür haben 32 Prozent der Befragten Lieferanten oder Geschäftspartner in die eigenen Unternehmenssysteme eingebunden; weitere 41 Prozent wollen dies bald angehen.

Immer wieder können Maschinenstillstände die Produktivität ausbremsen, was hohe Kosten nach sich zieht. Es gilt, Fehler und kritische Abweichungen so früh wie möglich aufzuspüren. Dafür setzen 41 Prozent der Betriebe auf die vorausschauende Wartung und Instandhaltung von Maschinen und Anlagen. Dies wirkt sich positiv auf die Effizienz der Prozesse aus, sagen 89 Prozent der Handwerker, die bereits Predictive Maintenance nutzen. 87 Prozent reduzieren auf diese Weise ihre Ausfallzeiten.

HANDWERK FÜR DEN PRIVATEN BEDARF

Das auf den privaten Bedarf spezialisierte Handwerk erzielt einen Digitalisierungsindex von 53 Punkten. Damit liegt es vier Punkte unter dem Gesamtdurchschnitt des Handwerks. Unternehmen dieser Branchen brachten vor allem digitale Vorhaben in der IT-Sicherheit und im Kundenbeziehungsmanagement auf den Weg.



Digitale Werbetafeln als Blickfang

Bei vielen Betrieben gilt die klassische Firmenwebsite mit Angaben zum Unternehmen und zum Produkt-/Leistungsangebot als Standard – auch weil sie die Kontaktaufnahme erleichtert. So erhalten 52 Prozent ihre Kundenanfragen über die Website, entweder per E-Mail oder Kontaktformular. Überdies können die Kunden häufig Termine über die Website buchen. 40 Prozent nutzen bereits ein Tool zur Online-Terminbuchung, weitere 33 Prozent planen dies. Dabei gaben 88 Prozent der Betriebe an, dass sich dies positiv auf die Zeitersparnis auswirke. 88 Prozent konnten dadurch die Kundenzufriedenheit verbessern.

Als gelungener Blickfang gelten digitale Werbetafeln: Immer mehr Handwerksbetriebe nutzen digitale Displays, um ihre Kunden über Angebote, Öffnungszeiten oder Neuheiten und Trends zu informieren. 21 Prozent haben sie bereits im Einsatz; weitere 19 Prozent haben sich damit beschäftigt und planen die Einführung.

Konfigurator für individuelle Services

Handwerksbetriebe für den privaten Bedarf verstehen sich in erster Linie als individuelle Problemlöser, Produzenten und Dienstleister.

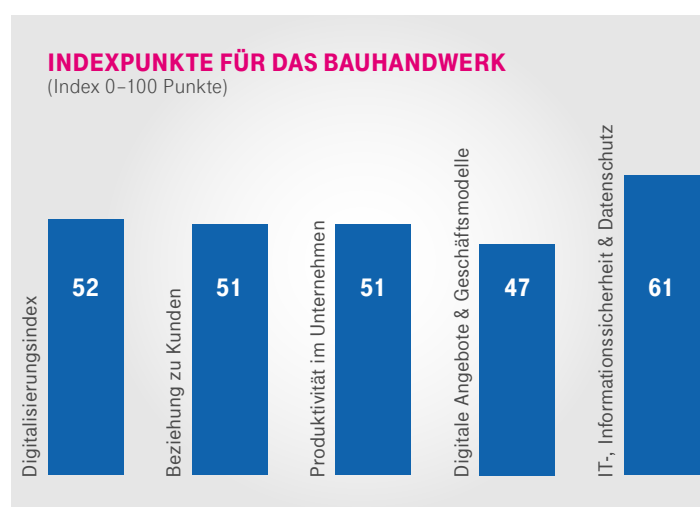
Sie müssen neuen Technologien gegenüber aufgeschlossen sein, um ihren Kunden individuelle Angebote zu unterbreiten und zugleich ihren Fortbestand zu sichern.

Eine individuelle Produkt- bzw. Servicegestaltung mittels Web-Konfigurator bieten bereits 41 Prozent der Betriebe an. Weitere 18 Prozent planen, einen solchen einzuführen. Daneben findet die Individualisierung von Beratung und Verkauf auf Basis verfügbarer Kundeninformationen bei 43 Prozent der Betriebe statt. Bei 88 Prozent der Befragten hat dies die Kundenzufriedenheit positiv beeinflusst und bei 84 Prozent die Kundenbindung gestärkt. 27 Prozent nutzen zur individuellen Beratung und zum Verkauf digitale Tools – beispielsweise Tablets für die Kundenberatung. Weitere 29 Prozent planen dies.

BAUHANDWERK

Das Bauhandwerk erzielt einen Digitalisierungsindex von 52 Punkten. Hier brachten die Verantwortlichen ihre Digitalprojekte vorrangig in den Bereichen „Kundenbeziehungen“ und „Produktivität“ auf den Weg. Die Indizes liegen jeweils bei 51 Punkten. Besonders hervorzuheben ist der Index für IT-Sicherheit mit 61 Punkten.

Die Baubranche boomt und die Nachfrage nach fähigen Handwerkern steigt. Diese leiden jedoch häufig unter Zeitdruck und kämpfen gegen Fachkräftemangel an. Nicht immer eilt ihnen daher ein guter Ruf voraus. Aus verschiedenen Gründen verschieben sich Termine, Arbeiten müssen nachgebessert werden. Umso wichtiger ist es für die Handwerker daher, digitale Prozesse zu nutzen. Denn diese können den Arbeitsalltag erleichtern sowie das Kundenbeziehungs- und Auftragsmanagement erheblich verbessern.



Termine online buchen

Eine klassische Firmenwebsite mit Angaben zum Unternehmen und zum Produkt-/Leistungsangebot haben bereits 46 Prozent gut umgesetzt, 38 Prozent arbeiten derzeit daran. Und: 48 Prozent der Befragten bieten auf ihrer Website E-Mail- oder Kontaktformulare an. Allerdings lassen sich nicht alle Webseiten optimal mit mobilen Endgeräten nutzen. Erst 30 Prozent der Bauhandwerker haben ein so genanntes responsives Webdesign berücksichtigt.

Handwerker haben alle Hände voll zu tun und Termine sind häufig schwer zu bekommen. Daher bieten 32 Prozent der Unternehmen ihren Kunden an, Termine online zu buchen – dies erspart zeit- aufwändige Absprachen und Telefonate. 28 Prozent der Betriebe haben den Einsatz in Zukunft geplant.

Kundenansprachen über digitale Wege wie die klassische Website, aber zunehmend auch über Social-Media-Kanäle, besitzen für das Handwerk große Bedeutung. Inzwischen setzen 31 Prozent der Bauhandwerksbetriebe ihren Auftritt in sozialen Netzwerken erfolgreich um. Weitere 28 Prozent arbeiten noch daran. Und 28 Prozent nutzen soziale Medien für Kommunikation und Werbung. Alles in allem gaben 83 Prozent der Befragten an, dass sich dies positiv auf die Umsatzentwicklung auswirke. Bei 76 Prozent dient es zur erfolgreichen Kontaktabahnung.

Neben der Ansprache über soziale Kanäle lassen sich Kunden mit einem Online-Konfigurator stärker in Planungsprozesse einbinden. Auf diese Weise können sie Produkte nach individuellen Vorstellungen und Wünschen erstellen. Vor allem bei einer Vielzahl möglicher Produktvarianten und Komponenten lassen sich damit gleichzeitig die Aufwände für die Handwerksbetriebe verringern. Allerdings haben erst 16 Prozent der Betriebe ein solches Tool im Einsatz. Weitere 26 Prozent sehen darin großes Potenzial und planen den Einsatz.

Mobile Apps sind gefragt

Mobiles Arbeiten prägt das Bauhandwerk: Die Handwerker befinden sich zumeist beim Kunden vor Ort und benötigen dort den Zugriff auf Daten und Informationen. In 47 Prozent der Betriebe können die Mitarbeiter von unterwegs aus auf Kommunikationsanwendungen wie E-Mail, Kalender- und Konferenzlösungen zugreifen. 31 Prozent der Befragten wollen zukünftig den mobilen Zugriff ermöglichen.

Darüber hinaus realisieren 31 Prozent der Unternehmen den mobilen Zugriff auf Geschäftsanwendungen wie etwa die Auftragsverwaltung. Dabei stellen Cloudlösungen eine wichtige Voraussetzung für mobiles Arbeiten dar. 35 Prozent der Handwerksbetriebe nutzen bereits Anwendungen aus der Cloud, weitere 32 Prozent wollen in Kürze nachziehen.

Das digitale Bautagebuch

Apps steigern die Effektivität und sind daher bei vielen Bauhandwerksbetrieben gesetzt. 32 Prozent der Handwerker nutzen eine App zur Zeiterfassung. Auf eine mobile Anwendung zur Tourenplanung bauen 20 Prozent der Befragten. Den schnellen Weg zum Informationsaustausch über geschäftliche Messengerdienste schlagen 23 Prozent ein. Weitere 20 Prozent denken konkret darüber nach.

Darüber hinaus gibt es branchenspezifische Lösungen, die Handwerksbetriebe produktiver machen: Das Bautagebuch hält beispielsweise den Baufortschritt fest, darunter alle geplanten und erbrachten Leistungen sowie die benötigten Materialien. 24 Prozent der Handwerker setzen bei der Dokumentation bereits auf digitale Lösungen. Weitere 32 Prozent planen, ein digitales Bautagebuch in Zukunft zu nutzen. Hinzu kommt: Zwölf Prozent der Betriebe nutzen Building Information Modeling (kurz BIM) für die Bauwerksdatenmodellierung. Dies lässt bereits vor dem Bau digitale Simulationen zu, was Fehlplanungen vermeidet.

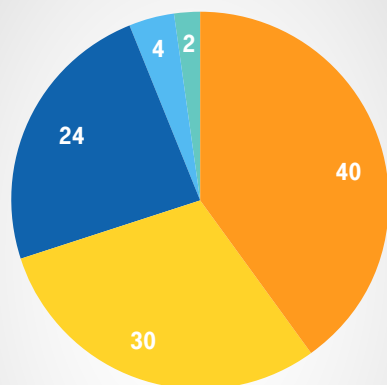
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND ROBOTIK

Künstliche Intelligenz (KI) eröffnet dem Handwerk viele Chancen.

Dies gaben 76 Prozent aller befragten Betriebe an. Für 28 Prozent liegt darin sogar großes bis sehr großes Potenzial. Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil im gewerblichen bzw. industriellen Handwerk mit 36 Prozent. Soviel zur Theorie. Die tatsächliche KI-Nutzung hingegen befindet sich noch auf niedrigem Niveau. Erst sechs Prozent der Handwerksbetriebe setzen entsprechende Anwendungen ein. Allerdings verfolgen 24 Prozent der Betriebe konkrete Pläne für den KI-Einsatz innerhalb der nächsten zwei Jahre. Dabei sticht das industrielle Handwerk gegenüber den anderen Subbranchen mit einem Anteil von 32 Prozent heraus. Die industriellen Handwerker haben sich beispielsweise mit KI-Technologien für maschinelles Lernen befasst.

HABEN SIE SICH BEREITS MIT DEM THEMA KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN IHREM UNTERNEHMEN BESCHÄFTIGT?

(in Prozent)



- Vorerst nicht relevant
- Relevanz für das Unternehmen, aktuell noch keine konkreten Absichten
- Konkrete Pläne für die nächsten zwei Jahre
- Bereits KI-Anwendungen im Einsatz
- Bereits KI-Anwendungen im Einsatz, KI ist ein strategisches Thema im Unternehmen

Aber auch für das Bauhandwerk bringt maschinelles Lernen etliche Vorteile mit sich. Machine Learning sammelt, sortiert und verarbeitet Daten auf Basis aller bereitgestellten Informationen. Für die Bauindustrie ist das nützlich, etwa um Vorhersagen für Projektzeitpläne oder Arbeitskräftebedarf zu treffen. Zudem leisten im Handwerk für den privaten Bedarf Chatbots und digitale Assistenten wertvolle Unterstützung. Denn automatisiertes Antworten auf immer wiederkehrende Fragen entlastet das Personal im Tagesgeschäft.

MÖGLICHE ANWENDBEREICHE VON ROBOTIK IM UNTERNEHMEN

(in Prozent)

In der Produktion

33

Für Transport und Logistik

32

Autonom fahrende Fahrzeuge

22

Im Zusammenspiel mit Künstlicher Intelligenz lassen sich Roboter im Handwerk unterstützend einsetzen. 73 Prozent aller Handwerksbetriebe erkennen die Chance, ihr Geschäft mit Robotik fit für die digitale Zukunft zu machen. 86 Prozent sind es unter den Betrieben des gewerblichen Handwerks und jeweils 67 Prozent im Bauhandwerk sowie im Handwerk für den privaten Bedarf.

Insgesamt können sich 33 Prozent der Firmen den Einsatz von Robotern in der Produktion vorstellen. Speziell 58 Prozent der Betriebe des industriellen Handwerks erkennen Einsatzmöglichkeiten in der Produktion – sozusagen als Industrieroboter in der Fertigung. Darüber hinaus würden 35 Prozent der Bauhandwerksbetriebe gerne mithilfe von Robotertechnik anstreichen, schweißen oder bohren.

DIGITALISIERUNG ZAHLT SICH AUS

Alle bisherigen Vorhaben und Digitalisierungsmaßnahmen

wirken sich positiv auf die Wirtschaftlichkeit des Handwerks aus:

- 50 Prozent konnten die Service- bzw. Produktqualität erhöhen
- 55 Prozent der Betriebe haben ihre Prozesse vereinfacht
- 47 Prozent bestätigten positive Auswirkungen auf den Umsatz
- 53 Prozent bemerkten eine höhere Kundenzufriedenheit
- 51 Prozent verbesserten die Neukundengewinnung

Demnach rechnet sich die digitale Transformation. Und die Zufriedenheit mit dem Erreichten korreliert dabei mit dem digitalen Reifegrad der Unternehmen. Je höher der Digitalisierungsgrad ausfällt, umso zufriedener äußern sich die Unternehmen mit ihren Ergebnissen. Das zeigt der Vergleich der Gesamtgruppe mit den Top-Performern des Handwerks. Diese zehn Prozent der Unternehmen erzielen einen Digitalisierungsindex von 85 Punkten. 83 Prozent der Top 10 sind mit der Produkt- und Servicequalität zufrieden, lediglich 57 Prozent sind es bei den übrigen Unternehmen. 73 Prozent der Top 10 erachten die Reaktionsgeschwindigkeit bei Kundenanfragen als ausgesprochen gut. Bei den restlichen Handwerksbetrieben teilen nur 56 Prozent diese Ansicht. 74 Prozent beurteilen die Dauer der Auftragsabwicklung – von der Auftragserteilung bis zur Auslieferung bzw. Leistungserbringung – positiv. Von den übrigen Betrieben sieht dies nur die Hälfte so.

POSITIVE AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNGSMASSNAHMEN FÜR DAS HANDWERK

(in Prozent)

Service-/ Produktqualität

50

Vereinfachte Prozesse

55

Umsatz

47

Kundenzufriedenheit

53

Neukundengewinnung

51

HERAUSFORDERUNGEN UND DIGITALE KOMPETENZ

Viele Handwerksbetriebe müssen noch Hürden überwinden, um digitales Potenzial erfolgreich zu heben. Lediglich für sieben Prozent stellt die Digitalisierung keine Herausforderung dar. Dabei verläuft die digitale Transformation alles andere als kostenneutral. Ein zentrales Problem liegt laut Studie in den hohen Investitionskosten (35 Prozent). Vor allem für Handwerker für private Bedürfnisse macht dies die mit Abstand größte Hürde (38 Prozent) aus. Ebenfalls enorm wichtig: den Datenschutz sicherstellen. Dies beschäftigt im Schnitt 28 Prozent aller Betriebe.

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG VON DIGITALISIERUNGSPROJEKTEN IM HANDWERK

(in Prozent)

Höhe Investitionskosten

35

Sicherstellung des Datenschutzes

28

Zeitmangel

28

Unzureichende Qualifikation der Mitarbeiter

23

Unklarer wirtschaftlicher Nutzen

19

Um die digitale Transformation voranzutreiben, müssen sich die Verantwortlichen mit ihren Prozessen befassen, sie analysieren und verbessern. Über Zeitmangel beklagen sich 28 Prozent der Betriebe. Insbesondere für Bauhandwerker bedeutet dies ein großes Handicap (31 Prozent). Denn neue Bauvorhaben sprießen wie Pilze aus dem Boden und Handwerker sind so gefragt wie lange nicht.

Für die Zukunft zahlt es sich aus, digitale Vorhaben auf den Weg zu bringen. Allerdings braucht es auch Mitarbeiter, die digitale Kompetenz besitzen, also mit digitalen Technologien umgehen können und dem digitalen Wandel positiv gegenüberstehen. Für 23 Prozent der Handwerksbetriebe stellt dies derzeit ein Problem dar.

Führungskräfte und Mitarbeiter müssen sich kontinuierlich digital weiterbilden, denn nur wer über das notwendige Know-how verfügt, kann die Digitalisierung im Unternehmen vorantreiben. 42 Prozent der Befragten stimmen zu, dass der kontinuierliche Ausbau digitaler Kompetenzen einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren für ihr Unternehmen ist. 48 Prozent stimmen zu, dass digitale Kompetenz zukünftig genauso wichtig sein wird wie fachliche oder soziale Kompetenz.

Auch bei bester Qualifikation wird die digitale Transformation nicht fehlerfrei stattfinden. Wichtig dabei ist, dass Fehlschläge nicht als Scheitern, sondern als Lerneffekt gesehen werden. Viele haben das erkannt: 53 Prozent sind der Meinung, dass es einer offeneren Fehlerkultur bedarf.

Entscheidend ist, die Herausforderungen zu meistern, um an den vielen Vorzügen der Digitalisierung teilhaben zu können und den wirtschaftlichen Nutzen einzufahren. Noch gibt es einige Zweifler. So sind 19 Prozent der Befragten noch unklar über den wirtschaftlichen Nutzen der Digitalisierung. Hier gilt es, noch Überzeugungsarbeit zu leisten.

FAZIT UND AUSBLICK

Handwerksbetriebe profitieren in vielerlei Hinsicht von der Digitalisierung. Daher haben sie die digitale Transformation im vergangenen Jahr weiter vorangetrieben. Jedoch gibt es innerhalb der Subbranchen nach wie vor große Unterschiede: Hier stechen Handwerksbetriebe für gewerbliche bzw. industrielle Zwecke mit ihren digitalen Vorhaben heraus.

Handwerker sehen in Künstlicher Intelligenz und Robotik viel Potenzial und konkrete Einsatzszenarien. Erste Anwendungen befinden sich bereits im Einsatz oder in der konkreten Planung. Die Technologien dürften das Arbeiten in den kommenden Jahren deutlich effizienter machen, sei es in Form von Chatbots oder maschinellem Lernen.

Betriebe, die ihre digitale Transformation noch nicht ausreichend angekurbelt haben, müssen schnell aufholen. Sie sollten nicht länger warten und dadurch den Anschluss verpassen. Herausforderungen wie fehlendes Budget oder Zeitmangel dürfen kein Hemmnis sein und sollten zügig überwunden werden. Denn die Ergebnisse belegen: Die digitale Transformation beeinflusst die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen positiv. Der Vergleich mit den digitalen Top 10 zeigt: Je höher der Digitalisierungsgrad, umso zufriedener sind die Unternehmen mit ihrer Produkt- und Servicequalität, der Reaktionsgeschwindigkeit sowie der Dauer der Auftragsabwicklung.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

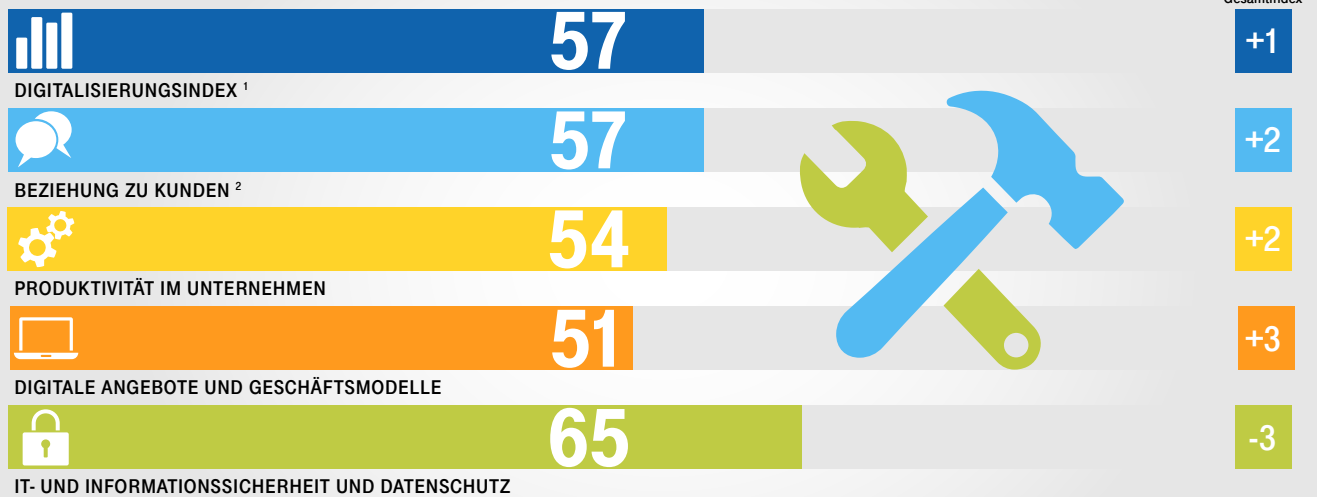
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de. Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

AUF EINEN BLICK: DIE DIGITALISIERUNG IM HANDWERK

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL IST DAS HANDWERK



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad des Handwerks laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar

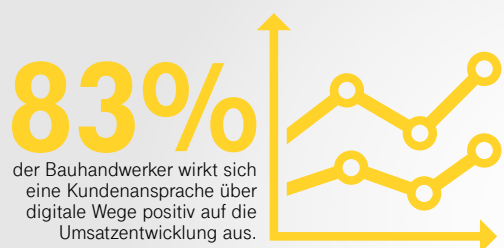
² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

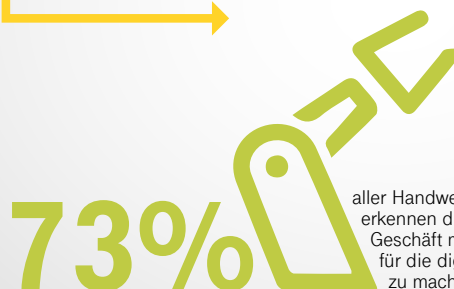
Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, Januar 2020

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL IST DAS HANDWERK



der Handwerksbetriebe für den gewerblichen Bedarf führen die vorausschauende Wartung und Instandhaltung von Maschinen und Anlagen durch.



WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, Januar 2020

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo des Handwerks und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie „[Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020](#)“. Diese von techconsult im Auftrag der Telekom durchgeführte Studie untersucht, wie sich mittelständische Unternehmen der Digitalisierung stellen und wie weit sie dabei bereits gekommen sind. Dazu wurden knapp 2.500 Unternehmen aller Branchen befragt, wie sie selbst ihre Digitalisierungsbemühungen in den Bereichen Kundenbeziehung, Produktivität und Geschäftsmodell bewerten. Auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de ist ein kostenfreies Online-Tool verfügbar, das es interessierten Unternehmen ermöglicht, den eigenen digitalen Reifegrad zu ermitteln und sich mit den Studienergebnissen zu vergleichen.

KONTAKT:

Deutsche Telekom AG
Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 49494
E-Mail: medien@telekom.de

WEITERE INFORMATIONEN FÜR MEDIENVERTRETER:

www.telekom.com/medien
www.telekom.com/fotos

ÜBER DIE DEUTSCHE TELEKOM

Die Telekom ist mit über 178 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28 Millionen Festnetz- und 20 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Der Konzern bietet Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/ Breitband, Mobilfunk, Internet und internetbasiertes Fernsehen für Privatkunden sowie ICT-Lösungen für Groß- und Geschäftskunden. Die Deutsche Telekom ist in mehr als 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit rund 216.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Konzern einen Umsatz von 75,7 Milliarden Euro, davon hat der Konzern rund 66 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

ÜBER TECHCONSULT

Als Research- und Analystenhaus ist techconsult seit über 25 Jahren der Partner für Anbieter und Nachfrager digitaler Technologien und Services. Analysen auf der Anwenderseite erlauben einen Einblick in die Problemfelder und Zukunftsvisionen der Unternehmen. Für ein realitätsnahes Bild sorgen dafür über 20.000 Interviews/ Jahr mit Business- und IT-Entscheidern. In Verbindung mit dem permanenten Screening von Produkten und Serviceleistungen der Anbieter erfolgt die erfolgsorientierte Strategie- und Umsetzungsberatung. Auf digitalen Plattformen stellt techconsult Business- und IT-Entscheidern seit vielen Jahren themenspezifische Assessment-Tools zur Problemfeld- und Positionierungsanalyse zur Verfügung. Die techconsult GmbH wird vom geschäftsführenden Gesellschafter und Gründer Peter Burghardt am Standort Kassel mit einer Niederlassung in München geleitet und ist Teil der Heise Gruppe.

Stand: Januar 2020



ERLEBEN, WAS VERBINDET.